

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era digital seperti saat ini teknik pemasaran juga berevolusi dan berkembang sampai saat ini dikenal sebagai *Digital Marketing* atau Marketing 4.0. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017, p. 47) pada masa ekonomi digital, konsumen terhubung satu dengan lainnya secara horizontal sebagai komunitas. Oleh karena itu pengelolaan Digital Marketing sangat penting dilakukan untuk mendekatkan bisnis atau perusahaan dengan konsumennya secara horizontal.

Gambar 1.1 Data Pengguna Mobile, Internet, dan Media Sosial di Indonesia



Berdasarkan data di atas, dapat dipahami bahwa jumlah pengguna Internet dan media sosial di Indonesia cukup besar, yakni dengan Total populasi yang mencapai 272,1 juta, 338,2 juta pengguna jaringan telepon, 175,4 juta pengguna Internet, serta 160 juta pengguna media sosial aktif. Dengan kondisi seperti ini, pemanfaatan *Digital Marketing* akan memberikan dampak yang positif bagi sebuah bisnis atau perusahaan.

Menurut Philip Kotler, konsep AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*) sudah tidak relevan pada era Marketing 4.0, oleh karena itu Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017, pp. 57-70) menyatakan terdapat konsep yang lebih relevan untuk memfokuskan pada peningkatan *customer engagement* di era marketing terbaru, yakni 5A yang terdiri dari *Aware, Appeal, Ask, Act*, dan *Advocate*. Untuk mencapai 5A pada Marketing 4.0 terdapat beberapa komponen yang dapat digunakan seperti *Content Marketing, Social Media Marketing, Online Advertising, Search Engine Optimization, Search Engine Marketing*, dan *Email Direct Marketing*.

Davyncci Creative yang telah berdiri selama dua tahun sejak 2018, merupakan salah satu agensi pemasaran yang menyediakan jasa *Content Marketing, Social Media Marketing, Online Advertising, Search Engine Optimization, Brand Development, Website Development*, dan *Creative Production*. Davyncci Creative membantu mengoptimalkan digital marketing melalui seluruh jasa yang ditawarkan.

Dalam memilih tempat pelaksanaan kerja magang terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan seperti, pengalaman/portofolio dari perusahaan tempat kerja magang, kelengkapan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tempat kerja magang karena dapat memberikan kesempatan untuk mempelajari banyak hal tentang industri pemasaran *digital* dan kreatif, serta keberanian perusahaan untuk tampil beda diantara kompetitornya.

Gambar 1.2 Website Davyncci Creative



Sumber: <https://www.davynccreative.com/>

## 1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, tujuan pelaksanaan kerja magang ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kuliah yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, pelaksanaan kerja magang ini juga dilakukan untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk mempelajari aktivitas pengelolaan *Social Media Marketing* dan *Content Marketing* disebuah agensi pemasaran.
2. Untuk mendapatkan pengalaman bekerja profesional guna meningkatkan standar diri untuk siap bekerja setelah menyelesaikan pendidikan S-1.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum dalam program kerja magang yang telah ditetapkan dengan ketentuan prosedur oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa/i, yaitu minimal 60 hari kerja bersih. Praktik kerja magang (*internship*) ini telah terhitung dimulai pada tanggal 28 September 2020 sampai dengan 28 Desember 2020. Data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jadwal kegiatan kerja magang**

<b>Hari Kerja Magang</b>	<b>Waktu Kerja Magang</b>
Senin - Jumat	09:00 - 18:00
Sabtu – Minggu (opsional)	08:00 - 22:00

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara memiliki prosedur kerja magang sebagai ketentuan yang berlaku dalam memulai praktik kerja magang pada suatu perusahaan. Berikut adalah tahapan yang dilalui untuk memenuhi prosedur kerja magang:

- a. Mencari informasi dari berbagai portal media/website mengenai lowongan kerja untuk magang (internship).
- b. Mengirimkan CV dan pengajuan kerja sebagai internship ke Davyncci Creative.
- c. Mendapatkan E-mail dari Davyncci Creative untuk proses interview.
- d. Melakukan interview di kantor Davyncci Creative sesuai konfirmasi yang dilakukan melalui via E-mail.
- e. Mengisi pengajuan permohonan Form KM-01 (form pengajuan kerja magang) di Universitas Multimedia Nusantara.
- f. Membuat surat pengantar kerja magang (KM-02) dari Universitas Multimedia Nusantara yang ditanda-tangani oleh Pak Inco selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi kepada perusahaan tempat magang (Davyncci Creative).
- g. Memberikan surat penerimaan kerja magang (KM-03) dari Davyncci Creative kepada Universitas Multimedia Nusantara.
- h. Melaksanakan praktik kerja magang (KM-04 & KM-05) selama prosedur waktu magang yang telah ditetapkan oleh pihak kampus dan disetujui oleh pihak Davyncci Creative.
- i. Melengkapi kebutuhan dokumen pada praktik kerja magang diantaranya, kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang beserta lampiran penilaian kerja magang (KM-06).
- j. Penyusunan laporan kerja magang dibantu oleh dosen pembimbing (KM-07).
- k. Melakukan sidang kerja magang.